

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK YOU C1000
DI KOTA LUMAJANG**

ABSTRAK

You C1000 merupakan minuman dengan kandungan vitamin sebanyak 1000 mg yang memiliki manfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh. You C1000 hadir sebagai solusi praktis dengan rasa yang menyegarkan dan tersedia dalam 4 varian rasa yaitu apel, jeruk, lemon, dan mangga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian minuman isotonik You C1000. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen You C1000 di Kota Lumajang. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada sebanyak 80 responden. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa; Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,473 atau 47,3% yang berarti bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan harga mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 47,3%, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE
ON PURCHASE DECISIONS OF YOU C1000 ISOTONIK DRINK
IN LUMAJANG CITY**

ABSTRACT

You C1000 is a beverage containing 1000 mg of vitamin C, which offers benefits for boosting the immune system. You C1000 is presented as a practical solution with a refreshing taste and is available in four flavor variants: apple, orange, lemon, and mango. This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, and price on the purchasing decision of the isotonic drink You C1000. The research method used is quantitative, with an accidental sampling technique. The population in this study consists of You C1000 consumers in Lumajang City. Data were collected by distributing questionnaires to 80 respondents. The results of the partial test (t-test) show that product quality has a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, brand image and price do not have a significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) is 0,473 or 47,3%, which means that variables of the product quality, brand image, and price can explain 47,3% of the purchasing decision, while the remaining percentage is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price and Purchasing Decisions